

PELAKSANAAN PROMOSI PENJUALAN TIKET PESAWAT DI PT. PRIMA RIAU
HOLIDAY PEKANBARU

By : Khoirun Nisaq
Khoirun.nisaq1122@gmail.com
Councillor I : Mariaty Ibrahim, S.Sos.M.Si

Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas Km. 12,5
Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/fax. 0761-63277
ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the implementation of ticket sales promotion in Prima Riau Holiday Pekanbaru and learn respondents to the implementation of ticket sales by Prima Vacation Riau Pekanbaru using promotional mix consists of advertising, personal selling and sales promotion .

This study uses Tjiptono theory (2008) .And using quantitative research methods descriptive approach. According to Mohammad Nazir (2011: 86) design planning study aims to conduct research to get the logic in making conclusions. Good design research plan will be able to translate scientific models in practical operational research. Every step of the planning study design requires making the right decision by the researcher. techniques of data collection is done by means of observation and questionnaire interview. Researchers set the number of respondents to fill out the questionnaire as much as 84 people.

Prima Riau Holiday Pekanbaru has been carrying out such promotion with advertising, sales promotion and sales of individual / personal selling. For advertising, Prima Riau Holiday Pekanbaru using multiple media such as advertising banners and boards. For sales promotion carried out by following the exhibition and the provision of rebates / discounts, while for individual sales by conducting field selling and retail selling. Respondents on the implementation of the campaign has been conducted by PT Prima Riau Holiday Pekanbaru is still not good. It can be seen from the respondents to the questionnaire that has been deployed by the researcher, namely for advertising respondents gave ratings hesitation, sales promotion rated doubtful and sale of individual / personal selling assessed agree.

Keywords: Promotion, Ticket, Responden, Advertising.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia istilah pariwisata baru dimulai pada awal tahun 1960 –an. Di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting . Bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu di Indonesia. Industri pariwisata sering dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah salah satunya ekonomi. Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh ekspor non-migas yang menurun, impor yang naik dan pembangunan ekonomi yang timpang, dipandang akan dapat diatasi dengan industri pariwisata karena industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru yang jelas akan dapat memberikan lebih banyak peluang ekonomi, disamping juga dapat menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan dan mendorong pembangunan ekonomi regional. Ini merupakan suatu bukti keberhasilan pembangunan yang dilakukan pemerintah. Ini juga merupakan suatu pertanda bahwa pendapatan masyarakat juga semakin meningkat, semakin banyak di antara mereka menggunakan waktu luangnya untuk melakukan perjalanan wisata, di dalam maupun luar negeri.

Provinsi Riau merupakan provinsi yang berada pada lokasi strategis yang berdekatan dengan negara tetangga yakni Malaysia dan Singapura. Provinsi ini juga merupakan pusat kebudayaan Melayu. Hal tersebut merupakan salah satu yang melatarbelakangi wisatawan datang ke Riau untuk mengetahui sejarah kebudayaan Melayu.

Pekanbaru merupakan Ibukota Provinsi Riau yang merupakan pintu masuk wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan Mancanegara. Karna banyaknya permintaan baik dari wisatawan yang akan berkunjung ke Riau khususnya dan Pekanbaru pada umumnya ataupun

dari orang riau sendiri yang akan bepergian keluar kota Pekanbaru membuat banyak orang berfikir bahwa ada peluang usaha dibidang biro perjalanan.

Biro perjalanan menduduki tempat yang amat penting dalam industri pariwisata. Ia dapat dikatakan sebagai katalisator untuk pembangunan daerah-daerah baru sebagai daerah tujuan wisata. Karena itu peranannya dalam sektor perekonomian cukup berarti terutama bagi daerah tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan

PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru terletak di jalan Sisingamangaraja merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan tiket pesawat (*domestic dan internasional*), *rent car*, bus pariwisata, paket *tour* domestik dan internasional, dokumen perjalanan *passport* dan visa. Seiring banyaknya customer yang membutuhkan dokumen perjalanan atau tiket sehingga perusahaan ini membuka kantor cabang. Dari cabang-cabang inilah PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru bekerja sama dan bersatu untuk terus berkarya mengikat tali silaturahmi dan terus menjaga hubungan baik satu team kerja juga hubungan baik dengan mitra kerja dan tentu saja hubungan baik dengan para pemakai jasa/*customer service* perusahaan ini sehingga perusahaan ini masih beroperasi sampai sekarang .

Persaingan yang semakin tajam dialami PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru yakni mulai dari perusahaan penerbangan yang bersangkutan, *sub agent* dan banyaknya bermunculan biro-biro perjalanan baru sehingga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang dihadapi oleh PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru. Kemudian semakin canggihnya ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga menyebabkan para konsumen lebih mudah untuk mendapatkan tiket tanpa harus jauh-jauh datang ke biro perjalanan bahkan

pada saat ini konsumen juga dapat mem-*booking* tiket sendiri, meng-*issued* tiket sendiri . Hal ini menyebabkan target penjualan tiket pada PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru tidak sesuai dengan hasil penjualan yg didapatkan. Berikut merupakan tabel data perencanaan dan realisasi penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru.

Tabel 1.1
Data Perencanaan dan Realisasi Penjualan Tiket Pesawat Di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru Tahun 2009 - 2013

N o.	Tah un	Renca na Penju alan Tiket	Realis asi Penju alan Tiket	Persen tase (%)
1.	2009	7200	5265	73 %
2.	2010	7200	5477	76 %
3.	2011	7200	5715	79 %
4.	2012	7200	6428	89 %
5.	2013	7200	5621	78 %

Sumber : PT. Prima Riau Holiday Tour and Travel, Pekanbaru 2014

Berdasarkan tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa jumlah realisasi penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau holiday Tour and Travel Pekanbaru pada tahun 2009 s/d 2013 mengalami fluktuatif. Hal ini biasa dialami oleh banyak perusahaan karena memang pendapatan tidak mungkin mengalami peningkatan terus ataupun penurunan terus. Pada tahun 2009 s/d 2013 rencana penjualan tiket di PT. Prima Riau Holiday sebanyak 7200 tiket. Setelah melakukan wawancara dengan Direktur PT. Prima Riau Holiday, beliau mengatakan bahwa PT. Prima Riau Holiday menargetkan 600 tiket terjual setiap bulannya sehingga apabila dikalkulasikan

maka pertahunnya adalah 7200 tiket. Target penjualan perbulan perbulan sebanyak 600 tiket untuk mencapai keuntungan maksimal sementara itu pengembalian modal yang harus dicapai adalah 500 tiket. Sementara untuk keuntungan maksimal penjualan harus tetap mencapai 100% meskipun pengembalian modal dari penjualan tiket perbulan haruslah mencapai 85%. Namun dari data diatas dapat dilihat bahwa PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru belum mencapai target yang diharapkan. Realisasi penjualan perusahaan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru hanya berkisar 73-89% . Pada tahun 2012 realisasi penjualan tiket meningkat . Penurunan atau Peningkatan penjualan tiket dapat dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti banyaknya persaingan dengan perusahaan kompetitor, kondisi pasar seperti *event* yang dilakukan pada tahun tersebut yakni pekan olahraga nasional yang ada di pekanbaru, kurangnya strategi dalam pemasaran salah satunya yaitu promosi penjualan tiket terhadap pelanggan kurang memadai dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan tabel data penjualan tiket pesawat dan data pelanggan di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Tabel 1.2
Data Penjualan Tiket Pesawat dan Data Pelanggan di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru Tahun 2009 - 2013

Sumber : PT. Prima Riau Holiday Tour and travel, Pekanbaru 2014

No.	Tahun	Jumlah Pelanggan	Persentase
1.	2009	491	17.7%
2.	2010	534	19.2%
3.	2011	569	20.4%
4.	2012	635	22.8%
5.	2013	548	19.7%

Hal lain yang harus lebih diperhatikan oleh PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru yaitu persaingan dengan perusahaan-perusahaan kompetitor yang secara tidak langsung juga akan memberikan pengaruh terhadap PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru.

Di Pekanbaru terdapat sekitar 132 biro perjalanan wisata yang terdaftar pada ASITA. Pada tabel 1.3 dapat dilihat beberapa biro perjalanan wisata yang dijadikan data pembanding oleh penulis ditinjau dari segi lokasi, tahun berdiri maupun skala usaha. Data perbandingan antara PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dengan PT. TX Jend Sudirman dapat dilihat bahwa PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru mendapatkan hasil penjualan tiket pesawat lebih sedikit dibandingkan dengan PT. TX Jend Sudirman dan PT. Everest. Apabila ditinjau dari segi lokasi PT. TX Jend Sudirman memang lebih strategis dibandingkan dengan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dan PT. Everest. Sedangkan ditinjau dari tahun berdiri PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru lebih dahulu berdiri dibandingkan dengan PT. TX Jend Sudirman, PT. Everest dan PT. Nita. Dari tabel diatas dapat dilihat betapa ketat nya persaingan penjualan tiket dari masing-masing biro perjalanan wisata. Oleh karena hal tersebut maka perusahaan yang bergerak dibidang penjualan tiket pesawat akan berupaya lagi dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan jasa travel lainnya. Kunci kesuksesan dalam bidang jasa para pelaku bisnis haruslah mengembangkan strategi persaingan dengan berpedoman pada bauran pemasaran yakni *people*, *product*, *price*, *place positioning* dan *promotion*.

Ditinjau dari segi *people*, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru memiliki karyawan yang bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen mulai dari penampilan hingga kemampuan

berkomunikasi yang sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Ditinjau dari segi *price*, harga yang ditawarkan oleh PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru kurang lebih sama dengan travel lainnya karena sebenarnya sudah ada harga yang diberikan suatu perusahaan penerbangan kepada Biro Perjalanan yang disebut *net to agent* . Apabila terjadi perbedaan harga yang ditawarkan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dengan Travel lain bisa dikarenakan harga tambahan yang diberikan travel lain ataupun PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dengan tujuan untuk menambah keuntungan dari tiket- tiket tersebut.

Ditinjau dari segi *place* atau tempat, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis yakni dekat dengan pusat kota, pusat perbelanjaan dan wisata religi. Dikatakan dekat dengan pusat kota karena terletak dekat pusat – pusat pemerintahan seperti Kantor Walikota dan Kantor Gubernur Riau. PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru juga dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Ramayana sudirman dan Mall Pekanbaru, Hotel serta dekat dengan Mesjid Agung Annur Pekanbaru.

Promosi berpengaruh dan sangat penting dilakukan dalam produk berupa jasa dan juga barang, promosi yang baik menjadi kunci utama untuk kelangsungan perusahaan jangka pendek ataupun panjang, dan untuk mempertahankan citranya pada calon konsumen/tamu. Promosi juga penting karena terjadi suatu komunikasi antara perusahaan dengan calon konsumen/tamu. Perusahaan bisa mengetahui apa yang diinginkan oleh calon konsumen sehingga lebih mudah untuk direalisasikan.

Berikut merupakan biaya promosi yang telah dikeluarkan oleh PT Prima Riau Holiday Pekanbaru dalam melaksanakan kegiatan promosi dalam tiga tahun belakangan

TABEL 1.4
Biaya Promosi PT. Prima Riau Holiday
Pekanbaru

NO	TAHUN	BIAYA PROMOSI
1.	2011	Rp.15.000.000
2.	2012	Rp. 7.500.000
3.	2013	Rp. 575.000

Sumber :PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya promosi yang dikeluarkan PT.Prima Riau Holiday tidak tetap. Pada tahun 2011 anggaran yang dikeluarkan adalah Rp. 15.000.000 biaya sebesar itu digunakan untuk pemasangan papan reklame tepatnya berada di depan kantor PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru karena sebelumnya kantor PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru berada di Jalan Nangka atau Tuanku Tambusai dan pindah ke jalan Sisingamangaraja pada tahun 2011 oleh sebab itu dilakukan pemasangan Papan reklame. Pada tahun 2012 biaya promosi yang dikeluarkan PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru sebesar Rp. 7.500.000 biaya sebesar itu digunakan untuk mengikuti pameran di salah satu Mal di Pekanbaru yaitu mal SKA dalam acara Garuda *travel fair* pada tanggal 01 Maret 2012. Pada tahun 2013 biaya promosi yang dikeluarkan PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru sebesar Rp.575.000 biaya sebesar itu digunakan untuk pembuatan kartu nama Direktur dan staff PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru dan juga untuk pembuatan Brosur.

Pelaksanaan promosi harus senantiasa diperbaharui sesuai dengan perkembangan zaman dan juga teknologi, supaya promosi yang dilaku kan lebih mudah dimengerti dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkan. Keberhasilan pemasaran suatu produk barang maupun jasa banyak ditentukan oleh usaha dari promosinya, maka dari itulah penulis

tertarik melakukan penelitian mengenai ”Pelaksanaan Promosi Penjualan Tiket Pesawat Di PT. Prima Riau Holiday Tours & Travel Pekanbaru”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka permasalahan yang menjadi perhatian utama penelitian ini adalah “ Bagaimana Pelaksanaan Promosi penjualan tiket pesawat yang dilakukan oleh PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru?”

Identifikasi Masalah

Dari perumusan masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

- Bagaimana pelaksanaan promosi penjualan tiket pesawat yang dilakukan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru?
- Bagaimana Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Promosi Penjualan tiket Pesawat PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru ?

Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti pada pada penelitian ini lebih terarah, maka peneliti memberikan batasan penelitian hanya menjelaskan Bagaimana Pelaksanaan Promosi terhadap penjuln tiket di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru ditinjau dari aspek Bauran Promosi yakni Periklanan , penjualan perorangan dan Promosi Penjualan

Tujuan dan Manfaat penelitian

Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain yaitu :

- Agar dapat mengetahui pelaksanaan promosi penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru.

Agar dapat mengetahui tanggapan responden terhadap pelaksanaan promosi terhadap penjualan tiket

Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini antara lain :

- a) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman yang telah diperoleh selama studi, khususnya mengenai pelaksanaan promosi dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat di Pt. Prima Riau Holiday pekanbaru.
- b) Bagi akademis, penelitian ini diharapkan sebagai bahan bacaan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.
- c) Bagi pengelola/perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dalam mengembangkan strategi pemasaran khususnya dengan menggunakan bauran promosi

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian tentang pelaksanaan promosi dalam meningkatkan penjualan tiket pesawat pada PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan penjelasan secara deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang berupa Observasi(pengamatan langsung), wawancara, kuisioner.

Populasi dan sampel

Populasi

Menurut Wardianta (2006:19) populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam setiap penelitian, populasi harus disebutkan secara eksplisit, terkait dengan besarnya anggota populasi dan wilayah penelitian. Hal ini untuk menjaga obyektifitas dan akuntabilitas data yang akan dikumpulkan. Jika anggota populasi yang diteliti tidak banyak, peneliti dapat menggunakan seluruh anggota populasi, disebut sampel total atau sensus. Peneliti mengambil populasi pelanggan tahun terakhir dari Pt. Prima Riau Holiday pekanbaru yang diasumsikan jumlahnya

sama dengan jumlah tahun sebelumnya yakni sekitar 548 orang.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti maka dalam pengambilan sampel menggunakan aksidental. Mengingat penulis tidak mengetahui karakteristik populasi secara keseluruhan, oleh karena itu yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa perusahaan tersebut. Untuk mengetahui tanggapan tentang pelaksanaan promosi penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, maka peneliti menggunakan rumus Slovin dalam penentuan sampel, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel 10%

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{548}{1 + (548) \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{548}{6.48}$$

n =

$$n = 84 \text{ orang}$$

Karena adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu penulis menetapkan jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 84 orang pelanggan di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Sejarah

Menyikapi perkembangan dunia perhubungan belakangan ini, khususnya transportasi udara. Dimana pada tahun 2001 pemerintah mulai membuka kesempatan bagi pendirian maskapai penerbangan baru. Dengan kemudahan ini banyak bermunculan berbagai jenis *Airlines* yang menawarkan banyak macam rute penerbangan dengan tarif yang cukup murah. Sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat antara masing-masing maskapai penerbangan. Menjadikan transportasi udara pada saat ini menjadi pilihan bagi masyarakat karena harga tiket yang cukup murah serta efisien dalam hal waktu.

Hal ini membuka peluang bagi dunia usaha lain yakni *travel agent*, sehingga saat ini masyarakat tidak perlu kesulitan dalam mendapatkan tiket penerbangan ataupun untuk sekedar melakukan reservasi atau *booking*. Karena *travel agent* memberikan kemudahan, melayani jasa reservasi hingga upaya penyediaan tiket.

PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru didirikan berdasarkan Akte Notaris Eddy Sumantri.SH.pada 11 juli 2002 yang berlokasi di jalan Tangkuban Perahu,lalu pada tahun 2008 kantor ini pindah di jalan Bintara, karena masa kontrak habis,kantor ini pindah lagi dijalan Sisingamangaraja pada tahun 2010 yang beroperasi sampai saat ini, travel ini diatas pimpinan Yudi Kurniawan.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa perjalanan wisata, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru mempunyai kemampuan dan lingkup pelayanan dibidang transportasi,Paket wisata, akomodasi dan dokumen perjalanan.

Ruang Lingkup Kegiatan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Dalam melaksanakan tugas pokok perusahaan setiap departemen bekerjasama dengan departemen lain agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan yaitu melayani serta memberikan kepuasan kepada pelanggan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru. Adapun kegiatan umum yang dilakukan oleh perusahaan ini yaitu:

1. Pengurusan *Ticketing*

PT Prima Riau Holiday Pekanbaru mengurus permintaan pelanggan terhadap pemesanan tiket beberapa *airlines* baik domestik maupun internasional. Mulai dari pengurusan pengecekan *seat*/harga tiket, *booking* hingga tiket dicetak. Adapun *airlines* yang menjadi mitra kerjasama perusahaan ini yaitu:

1. Air Asia
2. Garuda Indonesia/ Citilink
3. Lion/ Wings/ Batik Air
4. Sriwijaya Air
5. Sky aviation
6. Firefly
7. Tiger Air

2. Pengurusan Mitra Usaha

PT Prima Riau Holiday Pekanbaru merupakan biro perjalanan wisata yang mengembangkan sistem kemitraan dalam memasarkan produk. Khusus PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru memiliki beberapa mitra kerja atau biasa disebut "*Sub Agent*" diantaranya adalah :

- a. PT. Riz Prima Jl. Paus no. 67B (0761) 857956
 - b. Star Global Jl. Durian (0761) 24055
 - c. Heppy Anugrah Travel, 08133200195
 - d. Betube, 08126754670
 - e. Meisya, 081270083272
- #### 3. Jasa Transportasi

PT Prima Riau Holiday Pekanbaru menyediakan sarana transportasi selama wisatawan melakukan perjalanan wisata, tidak hanya bagi wisatawan akan tetapi

bagi pelanggan yang menginginkan perentalan mobil atau penjemputan di bandara juga disediakan.

Pelaksanaan Promosi Penjualan Tiket Pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Berikut merupakan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PT Prima Riau Holiday Pekanbaru dalam mempromosikan tiket pesawat yang ditawarkannya yaitu :

Periklanan

Promosi dengan kegiatan periklanan oleh PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dilakukan dengan memanfaatkan media berupa spanduk, dan Papan Reklame. Untuk spanduk PT Prima Riau Holiday Pekanbaru meletakkannya di tempat-tempat yang strategis seperti di pinggiran jalan dekat lampu merah seperti di Rumbai, Sudirman, Arengka, Mall SKA dan lain sebagainya. Sedangkan untuk Papan Reklame PT. Prima Riau Holiday meletakkannya di depan kantor dan di Gedung lantai 3 kantor Prima Riau Holiday Pekanbaru.

Hal tersebut diungkapkan oleh Direktur PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru Pada saat penulis melakukan wawancara sebagai berikut :

“.....Sejauh ini perusahaan kami telah melakukan penyebaran spanduk hampir disetiap daerah Kota Pekanbaru seperti di daerah Rumbai, Sudirman, Arengka, Mall SKA”

(Direktur PT Prima Riau Holiday Pekanbaru, 24 November 2014, 10.30 WIB).

Penjualan perseorangan

Penjualan perseorangan yang dilakukan oleh PT. Prima Riau Holiday dengan cara presentasi penjualan yakni mendatangi langsung calon pelanggan atau *field selling* dan penjualan tatap muka yakni melayani pelanggan yang datang ke perusahaan atau *retail selling*.

Kegiatan presentasi penjualan biasanya staf yang telah ditunjuk melakukan kunjungan langsung ke instansi-instansi

pemerintahan maupun swasta untuk mengajak instansi tersebut bekerjasama agar menggunakan jasa PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dalam mengurus perjalanan dinas mereka.

Hal tersebut sesuai dengan yang dilontarkan Direktur PT Prima Riau Holiday Pekanbaru kepada penulis sebagai berikut :

“.....Kalau untuk presentasi penjualan jarang sekali kami lakukan, ada tapi cuma beberapa kali, salah satunya dengan mendatang PT BERNOFARM di Jalan Srikandi Panam”

(Direktur PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, 24 November 2014, 10.30 WIB).

Sedangkan untuk penjualan tatap muka biasanya staf yang berada di perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan yang datang, serta melakukan promosi dengan memberi tahu ketersediaan tiket dengan harga-harga promo. Hal tersebut bertujuan agar pelanggan tersebut bisa merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga akan menjadi pelanggan tetap PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru.

Hal tersebut sesuai dengan petikan wawancara penulis dengan Direktur Prima Riau Holiday Pekanbaru:

“.....untuk promosi melalui penjualan tatap muka secara tidak langsung PT. Prima Riau Holiday telah melaksanakannya, karena penjualan langsung di perusahaan juga merupakan promosi dan hal tersebut tergantung dari pelayanan yang diberikan. Bagi PT. Prima Riau Holiday pelayanan terhadap pelanggan merupakan prioritas utama sehingga pelanggan tidak hanya membeli sekali saja tapi berkemungkinan untuk melakukan pembelian lagi bahkan berulang kali.....” (Direktur PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, 24 November 2013, 10.30 WIB).

Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan dilakukan PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dengan cara pemberian potongan harga/diskon kepada para pelanggan

Diskon diberikan tidak setiap saat atau sering kepada konsumen Dalam hal ini sesuai informasi yang penulis peroleh dari pimpinan frekuensi pemberian diskon diberikan kepada konsumen apabila konsumen tersebut sudah sering membeli tiket ataupun jika konsumen tersebut meminta diskon.

"....di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, kami terkadang memberikan potongan harga atau diskon kepada konsumen atau pelanggan tetap dan kepada konsumen yang meminta diskon namun untuk harga promo diskon yang kami berikan sedikit karna komisi dari pihak maskapai untuk kami juga sedikit dikelas promo. Tidak ada ketetapan baku untuk pemberian diskon tersebut..."

(Direktur PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, 24 November 2013, 10.30 WIB).

Selain itu PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru juga melakukan promosi penjualan dengan mengikuti pameran yakni Garuda Travel Fair di Mal SKA Pekanbaru pada tahun 2013. Dimana dengan promosi penjualan ini diharapkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang pada akhirnya akan dapat mencapai tujuan perusahaan.

Hal tersebut sesuai dengan petikan wawancara penulis dengan Direktur Prima Riau Holiday Pekanbaru:

".....promosi dengan mengikuti pameran sudah pernah dilakukan oleh PT Prima Riau Holiday Pekanbaru yakni Garuda Travel Fair di Mall SKA tahun 2013 Tahun lalu, tahun ini diadakan lagi namun PT. Prima Riau Holiday tidak ikut serta

karena pada tahun lalu hasilnya kurang memuaskan....."

(Direktur PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, 24 November , 10.30 WIB).

Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Promosi Tiket Pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru

Indentitas Responden

Merupakan keterangan yang diperoleh peneliti melalui kuisioner yang telah disebarkan kepada 84 responden . 50 kuisioner disebarkan langsung kepada tamu yang datang ke PT. Prima Riau Holiday dan 34 kuisioner disebarkan melalui email.

a. Berdasarkan Umur

Tabel IV.2

Karakteristik Resonden Berdasarkan Usia

N o	Usia (tahun)	Jumla h (orang)	Persentas e (%)
1.	< 25	14	16.6
2.	25-34	31	36.9
3.	35-44	29	34.5
4.	>45	10	11.9
Total		84	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.2 diatas, dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah yang berusia kurang dari 25 tahun dan yang berusia 35-44 tahun sementara responden terkecil adalah responden yang berusia lebih dari 45 tahun. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis dilapangan, hal tersebut dikarenakan kebanyakan pelanggan yang menggunakan jasa PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru adalah pelanggan yang masih berusia produktif.

b. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

N o	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pelajar / Mahasiswa	18	21.4
2.	PNS	25	29.7
3.	Pegawai Swasta	29	34.5
4.	Lainnya	12	14.2
Total		84	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.3, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah mereka yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan persentase 34.5% dan terkecil adalah yang memiliki pekerjaan selain dari mahasiswa, PNS dan pegawai swasta yaitu 14.2%. Sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti dilapangan, hal tersebut disebabkan oleh kebanyakan pelanggan PT Prima Riau Holiday Pekanbaru menggunakan jasa pengurusan tiket pesawat mereka untuk keperluan pekerjaan seperti perjalanan dinas

Deskripsi Persepsi Responden terhadap Pelaksanaan Promosi Tiket Pesawat di PT Riau Karsa Pelita Pekanbaru Periklanan

a. Spanduk

Sesuai hasil observasi penulis dilapangan, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, Berikut adalah persepsi responden terhadap periklanan melalui spanduk yang memiliki 4 indikator berikut merupakan deskripsi tanggapan dari responden :

Tabel IV.4

Tampilan iklan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	11	55	22
Setuju	4	12	48	19.2
Ragu-Ragu	3	24	72	28.9
kurang Setuju	2	37	74	29.7
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		84	249	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.4 diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media spanduk apabila dilihat dari tampilan Sekitar 29.7% responden memilih kurang setuju. Menurut analisa penulis hal ini terkait dengan tampilan dari spanduk yang menggunakan warna yang kurang cerah dan cepat memudar ketika spanduk tersebut selesai dipasang.

Tabel IV.5

Isi pesan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	9	45	17.8
Setuju	4	17	68	26.9
Ragu-ragu	3	23	69	27.3
kurang Setuju	2	35	70	27.7
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

Total	84	252	100
--------------	-----------	------------	------------

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.5 diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media spanduk apabila dilihat dari isi pesan yang disampaikan Sekitar 27.7% responden memilih kurang setuju.

Tabel IV.6
Tujuan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	4	20	7.8
Setuju	4	15	60	23.6
Ragu-ragu	3	44	132	51.9
kurang Setuju	2	21	42	16.5
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		84	254	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media spanduk apabila dilihat dari isi pesan yang disampaikan Sekitar 51.9 % responden memilih ragu-ragu. Menurut analisa penulis hal ini terkait dengan tujuan dari spanduk yang hanya memberikan info tentang adanya penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dan adanya rute baru yang dikeluarkan oleh pihak maskapai penerbangan tanpa menginformasikan adanya harga promo sehingga isi pesan yang disampaikan tidak menimbulkan untuk membeli.

Tabel IV.7
penempatan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	17	85	30.9
Setuju	4	22	88	32
Ragu-ragu	3	12	36	13
Kurang Setuju	2	33	66	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		84	275	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Dalam melakukan promosi ke konsumen dan menyampaikan informasi melalui spanduk adalah sarana efektif komunikasi. Setidaknya ada dua hal yang perlu diperhatikan agar spanduk dapat berfungsi mendidik masyarakat yakni sesuai peraturan perijinan dan bahasa/kalimatnya menggunakan norma yang berlaku. Dari sisi perijinan, sesuai ketentuan yang berlaku maka diharapkan keberadaan spanduk tidak mengganggu ketertiban, keindahan dan kenyamanan umum. Sedangkan dari sisi kalimat, harus menggunakan bahasa indonesia yang memenuhi kaidah yang baik dan benar.

PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru telah melakukan periklanan dengan spanduk hampir di setiap daerah Kota Pekanbaru, mulai dari penempatan di sekitaran lampu merah Jalan HR Soebrantas Panam, Jalan Riau, Jalan Guru Sulaiman, Jalan Arengka, daerah Simpang Tiga hingga Marpoyan dan daerah Rumbai sekitaran Jembatan Siak 3.

Dari tabel diatas Menurut pengamatan penulis di lapangan mengenai spanduk dari PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru ini memiliki kalimat yang masih kurang menarik sehingga tidak menimbulkan

ketertarikan konsumen untuk membeli namun dari segi warna juga dapat dikategorikan kurang menarik dan spanduk tersebut lebih mudah pudar sehingga pesan atau isi dari spanduk tersebut tidak menarik minat dari konsumen untuk membacanya bahkan membeli.

b. Papan Reklame

Sesuai hasil observasi penulis dilapangan, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru, Berikut adalah persepsi responden terhadap periklanan melalui papan reklame tersebut :

Tabel IV.8
Tampilan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	9	45	18.5
Setuju	4	13	52	21.4
Ragu-ragu	3	21	63	26
Kurang Setuju	2	41	82	33.8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		84	242	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.8 diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media papan reklame apabila dilihat dari tampilan Sekitar 33.8% responden memilih kurang setuju. Menurut analisa penulis hal ini terkait dengan tampilan dari papan reklame yang menggunakan warna yang kurang cerah dan cepat memudar ketika spanduk tersebut selesai dipasang.

Tabel IV.9
Isi pesan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	12	60	22.1
Setuju	4	22	88	32.4
Ragu-ragu	3	23	69	25.4
kurang Setuju	2	27	54	19.9
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		84	271	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.9 diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media papan reklame apabila dilihat dari isi pesan yang disampaikan Sekitar 32.4% responden memilih setuju. Menurut analisa penulis isi dari papan reklame yang dimiliki PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru menggunakan kalimat yang mudah dimengerti.

Tabel IV.10
Tujuan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	7	35	13.8
Setuju	4	15	60	23.7
Ragu-ragu	3	34	102	40.3
kurang Setuju	2	28	56	22.1
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0

Total	84	253	100
--------------	-----------	------------	------------

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.10 dapat kita lihat bahwa sebagian besar responden menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui media spanduk apabila dilihat dari isi pesan yang disampaikan Sekitar 40.3 % responden memilih ragu-ragu. Menurut analisa penulis hal ini terkait dengan tujuan dari papan reklame yang hanya memberikan info tentang adanya penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dan adanya rute baru yang dikeluarkan oleh pihak maskapai penerbangan tanpa menginformasikan adanya harga promo sehingga isi pesan yang disampaikan tidak menimbulkan untuk membeli.

Tabel IV.11
penempatan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	10	50	20.2
Setuju	4	12	48	19.4
Ragu-ragu	3	25	75	30.3
kurang Setuju	2	37	74	29.9
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			247	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.11, diketahui bahwa sebagian besar responden menilai pelaksanaan periklanan melalui papan reklame sekitar 30.3% ragu-ragu . responden menjawab ragu-ragu dengan pertanyaan pada angket yang telah disebarkan penulis. Hanya sebagian kecil responden yang menjawab sangat setuju Sesuai dengan hasil observasi penulis dilapangan, besarnya jumlah responden

yang menilai bahwa pelaksanaan periklanan melalui papan reklame belum baik karena sebagian besar responden belum melihat papan reklame.

Kreatifitas karyawan

Tanggapan	Skor	Jumlah	Total	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	19	95	30.5
Setuju	4	29	116	37.2
Ragu-ragu	3	28	84	27
kurang Setuju	2	8	16	5.1
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Total			311	100

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel IV.18, diketahui bahwa sebagian besar responden menilai pelaksanaan promosi penjualan melalui pameran sekitar 37.2 % setuju bahwa kreatifitas karyawan dalam penyampaian menimbulkan keinginan untuk pembeli . Responden menjawab setuju dengan pertanyaan pada angket yang telah disebarkan penulis.

Sesuai dengan hasil observasi penulis dilapangan, besarnya jumlah responden yang menilai bahwa pelaksanaan promosi penjualan melalui pameran sudah baik.

Tabel IV.19
REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN

Variabel	Sub variabel	Indikator	Skor
Pelaksanaan	Periklanan	Spanduk	1030
		Papan reklame	1013

Promosi Tiket Pesawat di PT Prima Riau Holiday Pekanbaru			
		Total skor	2043
	Penjualan perseorangan	Penjualan tatap muka	581
		Presentasi penjualan	594
		Total skor	1175
	Promosi penjualan	Diskon	274
		event pemesanan	602
		Total skor	876
	Jumlah total skor		4094

Sumber : Penelitian Lapangan, 2014.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pendapat responden terhadap pelaksanaan promosi dengan periklanan : pada indikator spanduk, responden menjawab ragu-ragu terhadap pertanyaan yang terdapat pada angket yang telah disebar peneliti yaitu dengan skor 1030 poin. Pada indikator papan reklame, responden menjawab ragu-ragu yaitu dengan 1013 poin. Jadi total skor dari sub variabel periklanan adalah 2043 poin.

Sementara pelaksanaan penjualan perseorangan dengan total skor 1.175poin, yang masing-masing indikatornya : pada indikator penjualan tatap muka, responden menjawab setuju dengan pertanyaan pada angket yaitu 581 poin dan untuk indikator presentasi penjualan dengan setuju yaitu 594 poin.

Untuk promosi penjualan responden menjawab ragu-ragu terhadap pertanyaan pada indikator diskon yaitu dengan skor

274 poin dan setuju untuk pertanyaan pada indikator pameran yaitu dengan 602 poin.

Dari hasil penilaian total skor masing-masing sub variabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi tiket pesawat di PT Prima Riau Holiday Pekanbaru secara keseluruhan dapat dinilai masih kurang baik, karena responden masih Ragu-Ragu dengan pertanyaan yang diberikan peneliti pada angket penelitian yaitu dengan jumlah total skor 4094 poin.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian tentang pelaksanaan promosi penjualan tiket pesawat di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru diatas, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa :

a. PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru telah melaksanakan promosi diantaranya dengan periklanan, promosi penjualan dan penjualan perorangan/*personal selling*. Untuk periklanan, PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru menggunakan beberapa media seperti pemasangan iklan menggunakan spanduk dan papan. Untuk promosi penjualan dilakukan dengan mengikuti pameran dan pemberian potongan harga/diskon, sedangkan untuk penjualan perseorangan dengan melakukan *field selling* dan *retail selling*.

b. Tanggapan responden tentang pelaksanaan promosi yang telah dilakukan oleh PT Prima Riau Holiday Pekanbaru tersebut adalah masih kurang baik. Hal itu dapat dilihat dari jawaban responden terhadap angket yang telah disebar oleh peneliti, yaitu untuk periklanan responden memberi penilaian kurang setuju, promosi penjualan dinilai kurang setuju dan penjualan perseorangan/*personal selling* dinilai setuju.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran-saran terhadap pelaksanaan promosi tiket pesawat di PT.

Prima Riau Holiday Pekanbaru sebagai berikut :

1. PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru sebaiknya meningkatkan lagi kegiatan-kegiatan promosi, seperti dengan melaksanakan kegiatan promosi lainnya yang belum pernah dilakukan sebelumnya, memperluas penyebaran promosi misalnya dari segi promosi penjualan seperti pemberian voucher diskon, pemberian pin atau stiker yang ada logo Prima Riau holiday . Dan apabila sudah mendapatkan kepastian customer tersebut membeli tiket diberi air minum dan permen.
2. Dari segi periklanan sebaiknya PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru dapat lebih dikembangkan melalui media cetak seperti surat kabar atau majalah karena sebelumnya PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru belum pernah melakukannya. Menurut penulis periklanan melalui media cetak memiliki beberapa kelebihan seperti biaya yang biasanya relatif murah, menjangkau hampir semua segmen pasar, dapat dinikmati lebih lama, juga sering digunakan sebagai bahan acuan atau referensi konsumen dalam memberi barang atau jasa. Selain itu sebaiknya juga melakukan promosi melalui media elektronik seperti radio, televisi dan internet. Seperti membuat *web* atau *blogspot* yang dapat mempromosikan tentang PT.Prima Riau Holiday Pekanbaru.
3. Dari segi penjualan perseorangan meskipun sudah mendapatkan tanggapan yang baik dari responden tetapi mesti harus ditingkatkan. Misalnya dari segi penampilan karyawan, sebaiknya karyawan di PT. Prima Riau Holiday Pekanbaru memiliki seragam disertai dengan *name tag* sehingga lebih terlihat satu kesatuan,kekompakan dan kerapiannya

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari alma, *manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* (bandung:alfabeta,2011)
Darsono, Rahmat,*Tarif dan Dokumen pasasi* (bandung :alfabeta,2004)
Desky M.a, *manajemen perjalanan wisata* (yogyakarta:adicit karyanusa,1999)
Macmillan, *pemasaran pariwisata internasional* (jakarta:yayasan obor indonesia,2008)
Nazir,moh, *metode penelitian* (bogor: ghalia indonesia,2011)
Nembah f. Hartimbul Ginting, *manajemen pemasaran* (bandung:cv yrama widya,2011)
Pendit, S. Nyoman, *ilmu pariwisata sebuah pengantar perdana* (jakarta:pradnya paramita,2006)